

**PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK, CITRA MEREK, DAN HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA  
(Studi Kasus Pada Pengguna Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi  
Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**Nama : Hevri Heru**

**NIM : 43112010005**

**Program Studi Manajemen  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA**

**2016**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Hevri Heru

NIM : 43112010005

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri, apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 9 Januari 2016



**Hevri Heru**

NIM : 43112010005

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Hevri Heru  
NIM : 43112010005  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Diferensiasi Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha (Studi Kasus Pada Pengguna Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang)  
Tanggal Lulus Ujian : 28 Januari 2016

Disahkan oleh:

Pembimbing,



**Tafiprios, SE, MM**

Tanggal: 1-02-16

Ketua Penguji,



**Dudi Permana, MM, Ph.D.**

Tanggal: 1/2 - 2016

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Dekan,



**Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak., MS., CA.**

Tanggal: 6/2 2016

Ketua Program Studi

S1 Manajemen,



**Dr. Rina Astini, SE., MM**

Tanggal 6/2 2016

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul ***“Pengaruh Diferensiasi Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha (Studi Kasus Pada Pengguna Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang)”*** dengan baik. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta.

Dalam penyelesaian skripsi ini, tentunya tidak terlepas dari halangan dan hambatan yang penulis lalui sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Namun, berkat kesabaran, ketekunan, arahan, serta bimbingan dari berbagai pihak yang selama ini telah meluangkan waktu dan tenaganya yang bersedia membantu sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, dan dukungan dari Bapak Tafiprios, SE, MM. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan pengarahan serta masukan bagi penulis dalam menyusun skripsi ini. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis haturkan alhamdulillah atas kekuatan Allah SWT yang telah mencurahkan anugerahnya dan ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Alm. Abdul Manap (Ayah) dan Almh. Siti Romni (Ibu) yang belum sempat melihat saya wisuda, terima kasih atas kasih sayang, perhatian, dan doa yang tak hentinya kalian berikan kepada saya sampai nafas terakhir.

2. Bapak Dr. Arissetyanto Nugroho, MM. selaku Rektor Universitas Mercu Buana Jakarta.
3. Ibu Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak., MS., CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta.
4. Ibu Dr. Rina Astini, SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana Jakarta.
5. Seluruh pimpinan, dosen, serta staf Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
6. Kakak-kakak saya Hevni, Nesi, Nispa, dan Nasia yang tak hentinya memberikan semangat, doa, dan dukungan baik moral maupun materil sampai saya dapat menyelesaikan pendidikan S1.
7. Oktari Mulyanti yang selalu memberikan semangat dan dukungannya.
8. Teman-teman dan sahabat Adjie, Rizky, Sahrul, Fadhil, Fatimah, Fauline, Fenny, Zakiyah, Mila, Danti yang masih sama-sama berjuang.
9. Teman-teman dan sahabat angkatan 2012 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, saya ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang sifatnya membangun akan menyempurnakan penulisan skripsi ini serta bermanfaat bagi penulis, pembaca, dan bagi penelitian selanjutnya.

Tangerang, 9 Januari 2016

Hevri Heru

## DAFTAR ISI

<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian .....	9
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian .....	10
1. Tujuan Penelitian.....	10
2. Kontribusi Penelitian.....	10

### **BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PENELITIAN, DAN HIPOTESIS**

A. Kajian Pustaka .....	12
1. Manajemen Pemasaran .....	12
a. Pengertian Pemasaran .....	12
b. Pengertian Manajemen Pemasaran .....	14
2. Keputusan Pembelian .....	15
a. Pengertian Keputusan Pembelian .....	15
b. Proses Keputusan Pembelian: Model Lima Tahap.....	16
c. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.....	20
3. Diferensiasi Produk .....	25
a. Pengertian Diferensiasi Produk .....	25
b. Macam-Macam Diferensiasi Produk .....	26
c. Tujuan Diferensiasi Produk.....	29
4. Citra Merek .....	29

a. Pengertian Merek ( <i>Brand</i> ).....	29
b. Pengertian Citra Merek .....	30
c. Faktor-Faktor Pembentuk Citra Merek .....	32
d. Indikator Citra Merek .....	33
5. Harga .....	33
a. Pengertian Harga .....	33
b. Tujuan Penetapan Harga .....	35
c. Indikator Harga.....	36
6. Penelitian Terdahulu.....	37
B. Rerangka Pemikiran.....	38
C. Hipotesis.....	39

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	43
1. Waktu Penelitian .....	43
2. Tempat Penelitian.....	43
B. Desain Penelitian .....	43
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	44
1. Definisi Variabel .....	44
2. Operasionalisasi Variabel .....	45
D. Populasi dan Sampel Penelitian.....	48
1. Populasi Penelitian .....	48
2. Sampel Penelitian .....	48
E. Teknik Pengumpulan Data .....	49
F. Metode Analisis .....	51
1. Statistik Deskriptif.....	51
2. Uji Kualitas Data.....	51
a. Uji Validitas .....	51
b. Uji Reliabilitas.....	52

3. Uji Asumsi Klasik .....	52
a. Uji Normalitas .....	53
b. Uji Multikolonieritas.....	53
c. Uji Heteroskedastisitas.....	54
4. Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	54
5. Uji Hipotesis .....	55
a. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	55
b. Uji Simultan (Uji F).....	56
c. Uji Parsial (Uji t) .....	57

#### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	59
1. Tempat dan Waktu Penelitian.....	60
2. Karakteristik Profil Responden.....	61
a. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	61
b. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia .....	61
c. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	62
d. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	63
e. Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan.....	63
B. Hasil Uji Statistik Deskriptif .....	64
C. Hasil Uji Kualitas Data .....	86
1. Hasil Uji Validitas.....	86
2. Hasil Uji Reliabilitas .....	89
D. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	91
1. Hasil Uji Normalitas.....	92
2. Hasil Uji Multikolonieritas .....	93
3. Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	94
E. Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	95
F. Hasil Uji Hipotesis.....	97



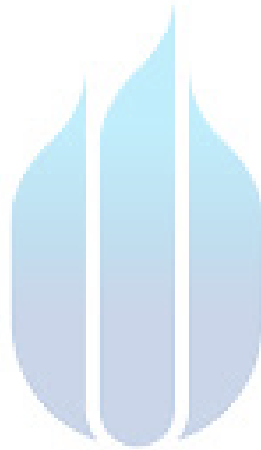
1. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	97
2. Uji Simultan (Uji F) .....	98
3. Uji Parsial (Uji t).....	98
G. Pembahasan Hasil Penelitian.....	100

**BAB V    SIMPULAN DAN SARAN**

A. Simpulan.....	103
B. Saran.....	104

DAFTAR PUSTAKA .....	106
----------------------	-----

LAMPIRAN



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR TABEL

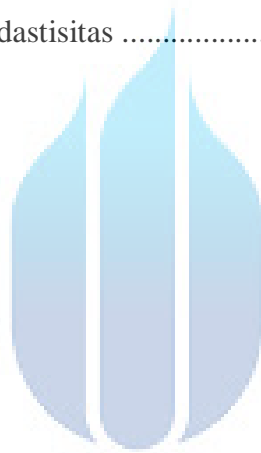
No.	Keterangan	Halaman
1.1	Penjualan Sepeda Motor di Indonesia Tahun 2013 - 2014 .....	6
1.2	Market Share Sepeda Motor di Indonesia Berdasarkan Tipe .....	6
2.1	Tabel Penelitian Terdahulu .....	38
3.1	Tabel Operasionalisasi Variabel Diferensiasi Produk .....	46
3.2	Tabel Operasionalisasi Variabel Citra Merek.....	46
3.3	Tabel Operasionalisasi Variabel Harga .....	47
3.4	Tabel Operasionalisasi Variabel Keputusan Pembelian .....	47
3.5	Skala Likert .....	50
3.6	Koefisien Korelasi dan Taksirannya .....	56
4.1	Hasil Uji Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	61
4.2	Hasil Uji Deskripsi Responden Berdasarkan Usia .....	62
4.3	Hasil Uji Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan .....	62
4.4	Hasil Uji Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	63
4.5	Hasil Uji Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan .....	63
4.6	Hasil Uji Statistik Deskriptif Diferensiasi Produk .....	64
4.7	Hasil Uji Statistik Deskriptif Diferensiasi Produk .....	65
4.8	Hasil Uji Statistik Deskriptif Diferensiasi Produk .....	65
4.9	Hasil Uji Statistik Deskriptif Diferensiasi Produk .....	66
4.10	Hasil Uji Statistik Deskriptif Diferensiasi Produk .....	66
4.11	Hasil Uji Statistik Deskriptif Diferensiasi Produk .....	67
4.12	Hasil Uji Statistik Deskriptif Diferensiasi Produk .....	67
4.13	Hasil Uji Statistik Deskriptif Diferensiasi Produk .....	68

4.14	Hasil Uji Statistik Deskriptif Diferensiasi Produk .....	68
4.15	Hasil Uji Statistik Deskriptif Diferensiasi Produk .....	69
4.16	Hasil Uji Statistik Deskriptif Diferensiasi Produk .....	69
4.17	Hasil Uji Statistik Deskriptif Diferensiasi Produk .....	70
4.18	Hasil Uji Statistik Deskriptif Diferensiasi Produk .....	70
4.19	Hasil Uji Statistik Deskriptif Diferensiasi Produk .....	71
4.20	Hasil Uji Statistik Deskriptif Diferensiasi Produk .....	71
4.21	Hasil Uji Statistik Deskriptif Diferensiasi Produk .....	72
4.22	Hasil Uji Statistik Deskriptif Diferensiasi Produk .....	72
4.23	Hasil Uji Statistik Deskriptif Diferensiasi Produk .....	73
4.24	Hasil Uji Statistik Deskriptif Citra Merek .....	73
4.25	Hasil Uji Statistik Deskriptif Citra Merek .....	74
4.26	Hasil Uji Statistik Deskriptif Citra Merek .....	74
4.27	Hasil Uji Statistik Deskriptif Citra Merek .....	75
4.28	Hasil Uji Statistik Deskriptif Citra Merek .....	75
4.29	Hasil Uji Statistik Deskriptif Citra Merek .....	76
4.30	Hasil Uji Statistik Deskriptif Citra Merek .....	76
4.31	Hasil Uji Statistik Deskriptif Citra Merek .....	77
4.32	Hasil Uji Statistik Deskriptif Harga .....	77
4.33	Hasil Uji Statistik Deskriptif Harga .....	78
4.34	Hasil Uji Statistik Deskriptif Harga .....	78
4.35	Hasil Uji Statistik Deskriptif Harga .....	79
4.36	Hasil Uji Statistik Deskriptif Harga .....	79
4.37	Hasil Uji Statistik Deskriptif Harga .....	80
4.38	Hasil Uji Statistik Deskriptif Harga .....	80

4.39	Hasil Uji Statistik Deskriptif Harga .....	81
4.40	Hasil Uji Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian .....	81
4.41	Hasil Uji Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian .....	82
4.42	Hasil Uji Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian .....	82
4.43	Hasil Uji Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian .....	83
4.44	Hasil Uji Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian .....	83
4.45	Hasil Uji Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian .....	84
4.46	Hasil Uji Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian .....	84
4.47	Hasil Uji Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian .....	85
4.48	Hasil Uji Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian .....	85
4.49	Hasil Uji Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian .....	86
4.50	Hasil Uji Validitas Diferensiasi Produk .....	87
4.51	Hasil Uji Validitas Citra Merek .....	88
4.52	Hasil Uji Validitas Harga .....	88
4.53	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian .....	89
4.54	Hasil Uji Reliabilitas Diferensiasi Produk .....	90
4.55	Hasil Uji Reliabilitas Citra Merek .....	90
4.56	Hasil Uji Reliabilitas Harga .....	91
4.57	Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian .....	91
4.58	Hasil Uji Normalitas .....	92
4.59	Hasil Multikolonieritas .....	93
4.60	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....	95
4.61	Hasil Uji Determinasi ( $R^2$ ) .....	97
4.62	Hasil Uji Simultan (Uji F) .....	98
4.63	Hasil Uji Parsial (Uji t) .....	99

## DAFTAR GAMBAR

No.	Keterangan	Halaman
1.1	Penguasaan Pangsa Pasar Motor .....	4
1.2	Pangsa Pasar Sepeda Motor (2005 – 2013) .....	5
2.1	Model Lima Tahap Proses Pembelian Konsumen .....	16
2.2	Langkah-langkah Antara Evaluasi dan keputusan Pembelian .....	18
2.3	Rerangka Pemikiran .....	38
4.1	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	94



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Keterangan</b>	<b>Halaman</b>
Lampiran 1	Kuesioner .....	108
Lampiran 2	Hasil Kuesioner .....	114
Lampiran 3	Hasil Statistik Deskriptif .....	128
Lampiran 4	Hasil Uji Validitas .....	140
Lampiran 5	Hasil Uji Reliabilitas .....	146
Lampiran 6	Hasil Uji Asumsi Klasik .....	148
Lampiran 7	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....	150
Lampiran 8	Hasil Uji Hipotesis .....	151

